

ZPRÁVA O ČINNOSTI 2020

Turistické informační centrum Pardubice, p. o.

Základní informace o organizaci

Název: Turistické informační centrum Pardubice

Sídlo: nám. Republiky 1, 530 02 Pardubice

Právní forma: příspěvková organizace

IČ: 06495001

DIČ: CZ06495001 (registrace k DPH od 1. 6. 2018)

Statutární orgán: Mgr. et Mgr. Miloslava Christová, ředitelka

Web: www.ipardubice.cz

E-mail: info@ticpardubice.cz

Obsah

Předmět činnosti	2
ČINNOST JEDNOTLIVÝCH STŘEDISEK V ROCE 2020	3
TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM PARDUBICE	4
ZELENÁ BRÁNA	11
MÁZHAUS	14
EUROPE DIRECT	16
SLOVNÍ KOMENTÁŘ K ROČNÍ ÚČETNÍ ZÁVĚRCE TIC K 31. 12. 2020	18

Předmět činnosti

Hlavní činností Turistického informačního centra Pardubice, příspěvkové organizace (dále jen p. o.) je poskytování služeb a informací veřejnosti prostřednictvím osobní služby a elektronických médií a v kvalitě specifikované pro příslušnou kategorii informačního centra s regionální působností. Jde o informace a služby pro turisty, návštěvníky města a místní občany v rozsahu:

- objektivní a vhodná propagace města, regionu a Pardubického kraje podle pokynů zřizovatele, koordinace činností v oblasti turismu, tvorba a organizování turistických produktů, geografické informace, orientace ve městě a v regionu, informace o dopravní obslužnosti jednotlivých lokalit v regionu,
- souhrnné turistické informace (o přírodním a kulturním bohatství, ubytování a stravování, kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivitách ve městě i v regionu, informace o důležitých adresách úřadů, institucí a organizací),
- informace o Evropské unii,
- informace ze sítě ostatních informačních center České republiky.

Hlavní činnosti Turistického informačního střediska Pardubice

1. zajištění provozu objektu Zelené brány a výstavního prostoru Mázhaus pro turistické a společensko-kulturní využití, zajištění průvodcovské činnosti v těchto prostorách,
2. spolupráce se statutárním městem Pardubice na prezentaci města Pardubice na veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku a zahraničí a na propagaci města Pardubice v tiskovinách, publikacích a v elektronických médiích vztahujících se k činnosti organizace,
3. pořádání a organizace kulturních, výchovných, společenských, vzdělávacích a jiných akcí pro nejširší pardubickou i mimopardubickou veřejnost s důrazem na akce napomáhající rozvoji turismu a všeobecných znalostí o EU (např. city events, festivaly, workshopy),
4. organizace a pořádání výstav,
5. zabezpečení reklamní činnosti a marketingu k naplnění účelu a předmětu činnosti p. o.,
6. zajišťování provozu ve svěřených objektech, údržba a správa majetku,
7. ediční, propagační a publikační činnosti směřující k podpoře hlavní činnosti, vydávání, veřejné šíření a prodej neperiodických publikací a nahraných nosičů ve smyslu zák. č. 37/1995 Sb., v platném znění,
8. předprodej vstupenek na vlastní i cizí programy,



INFOCENTRUM

Pardubice

9. zajištění průvodcovské činnosti po městě Pardubice,
10. poskytování telekomunikačních služeb (internet, faxování).

Doplňková činnost

- vydavatelské činnosti, polygrafická výroba, knihařské a kopírovací práce,
- zprostředkování obchodu a služeb,
- velkoobchod a maloobchod,
- pronájem a půjčování věcí movitých,
- reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení.

Organizační členění

Organizačně je příspěvková organizace rozdělena na 4 střediska:

- Turistické informační centrum (vstupní hala, kancelář ředitele a administrativního pracovníka, technické zázemí, sídlo: náměstí Republiky 1, Pardubice)
- Europe Direct Pardubice (sídlo: náměstí Republiky 1, Pardubice)
- Výstavní prostor Mázhaus (výstavní prostory, sídlo: Pernštýnské náměstí 3, Pardubice)
- Zelená brána (výstavní prostory, vyhlídková věž, sídlo: Zelenobranská, Pardubice)

ČINNOST JEDNOTLIVÝCH STŘEDISEK V ROCE 2020

Pandemie Covid-19

Rok 2020 byl významně ovlivněn pandemií Covid-19. Všechna střediska TIC Pce musela být několikrát uzavřena, akce a výstavy přesunuty/zrušeny, zaměstnanci přešli na home office a byli nadále k dispozici veřejnosti. V měsících, kdy byl umožněn provoz, odpovídala veškerá činnost středisek bezpečnostním požadavkům stanovených vládou ČR.

Období tzv. lockdownu a práce z domu bylo využito na zpracování strategického plánu, koncepční přípravu procesních změn, přípravu aktivit vyžadujících průzkum trhu a činnosti, na které během běžného provozu nezbyvá dostatek času (např. srovnání činnosti a nabídky zahraničních a tuzemských TIC, srovnání struktury internetových stránek zahraničních a tuzemských TIC, rešerše využití audioguidů v tuzemských TIC, vypracování seznamu CK specializujících se na domácí CR, proškolení zaměstnanců na správu sociálních sítí, aktualizace média listu, kontrola kontaktních údajů, obsahové naplnění turistických portálů apod.)

Strategický plán organizace pro období 2020–2023

Nové vedení organizace využilo období nuceného útlumu činnosti kvůli pandemii Covid-19 k vypracování strategického plánu organizace pro nadcházející roky. Strategický plán byl zpracován pod odborným dohledem pro všechna střediska spadající pod TIC Pce.

Práce na přípravě strategického plánu napomohla nastavit vztahy se zaměstnanci a jejich motivaci. Pracovníci organizace byli zapojeni do jeho tvorby, díky čemuž lépe pochopili vize a záměry nového vedení, mohli sami vyjádřit osobní potřeby a potřeby organizace a nadále budou osobně přispívat k naplňování cílů, které vyplynuly z použitých metod (SWOT, BMG Canvas, S. Sinek atd.) a zejména nutné stabilizaci organizace, která je - po častých obměnách ve vedení a odklonu od hlavní činnosti - potřebná.

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM PARDUBICE

1. Nové logo

Do nástupu nového vedení neměla organizace jasně určenou vizuální identitu. Jelikož je infocentrum příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je statutární město Pardubice, využila možnosti připojit se ke sdílené identitě města a umocnit tak propagaci značky města vůči veřejnosti.



2. Pandemie Covid-19

Během roku 2020 byla provozovna několikrát uzavřena. Po ukončení lockdownu se provoz vždy flexibilně přizpůsobil bezpečnostním nařízením vlády ČR, nejen ve vztahu ke klientům, ale i s důrazem na ochranu pracovníků (oddělené směny, respirátory, dezinfekce, zvýšená frekvence úklidu apod.). Celkové náklady na zajištění ochrany se pohybují ve výši: 65 172 Kč

V první polovině roku 2020 byla prognóza hospodářského výsledku velmi špatná a vypadalo to, že organizace ukončí rok s významným minusovým hospodářským výsledkem. Zejména z důvodu velkého počtu zrušených akcí, velkého množství vratek za zakoupené vstupenky s přičtením poplatků za platbu kartou, které v tu chvíli připadají na vrub infocentra. Nicméně přes hlavní turistickou sezónu došlo k rozvolnění nařízení a pohybu osob. Současně vláda ČR umožnila organizátorům akcí vydávat poukazy za zrušené akce, kdy nebylo nutné přistupovat k vracení peněz za zakoupené vstupenky. Výjimka pro vracení vstupného byla stanovena tzv. liberačními důvody, kdy peníze zpět mohou požadovat pouze lidé v nouzi, mezi které jsou zahrnuti lidé nad 65 let, těhotné ženy, ženy na mateřské či rodičovské dovolené, ZTP, uchazeči o zaměstnání vedení na Úřadu práce. V souvislosti s rozvolněním se během letních měsíců mohly pořádat kulturní akce a lidé začali opětovně kupovat vstupenky. **To napomohlo ke snížení záporného hospodářského výsledku organizace. Hospodářský výsledek v tomto roce však nejvíce ovlivňuje stav skladových zásob (suvénýrů) k 31. 12. 2020.**

Nutné uzavření infocentra z důvodu šíření koronaviru zároveň poskytlo pracovníkům možnost koncepčních příprav a procesních změn v souladu s vypracovaným strategickým plánem organizace a vizí nového vedení organizace.

V důsledku pandemie koronaviru **klesla meziročně návštěvnost infocentra o 49 %.**

Návštěvnost TIC		
	2019	2020
leden	8380	7785
únor	8607	7322
březen	8840	2984
duben	9126	275
květen	9944	3386
červen	7993	5723
červenec	9722	7980
srpen	10443	8703
září	9229	7028
říjen	11341	2846
listopad	9177	0
prosinec	8855	3017
celkem	111657	57049

3. Zpracování strategického plánu 2020-2023

V období prvního jarního lockdownu byli všichni pracovníci infocentra aktivně zapojeni do tvorby strategického plánu organizace pro období 2020-2023 pod odborným dohledem lektorů Akademie Institutu divadelních umění.

Výsledkem práce na strategickém plánu organizace jsou 4 hlavní problematické okruhy a mnoho dílčích, které jsou rozepsané v podrobnějších akčních plánech organizace.

Čtyři hlavní problematické okruhy:

1. Zlepšení prostor pro veřejnost, aby se zde návštěvníci cítili příjemně
2. Zlepšení propagace TIC Pce, potažmo města Pardubice
3. Zlepšení spolupráce s pořadateli akcí
4. Zlepšení povědomí o činnosti infocentra u rezidentů

Na základě stanovení problémových okruhů začaly být postupně naplňovány jak hlavní, tak i dílčí cíle organizace, které jsou dále rozepsány.

4. Úpravy vnějších i vnitřních prostor pro veřejnost

V posledních několika letech neprobíhala v infocentru jakákoliv běžná údržba a nedošlo k žádným investicím do zvelebení prostoru pro veřejnost. Dlouhodobá absence péče o prostory byla již příliš očividná, a proto bylo nutné přistoupit k drobným úpravám tak, aby prostor působil přehledněji, uceleněji a návštěvníkům u nás bylo příjemně:

a/ Instalace světel nad pracoviště zaměstnanců Europe Direct. Doposud pracovníce neměly potřebné osvětlení v souladu se zákoníkem práce.

b/ Umytí a úprava vchodu a výloh. Pořízení nového označení provozovny, které bylo zašlé a zašpiněné.

c/ Zakrytí železných prodejních přepážek MDF deskami v dekoru dřeva.



- d/ Nové dřevěné stojany na letáky a skříňka na tiskoviny a nejvíce prodávané suvenýry za přepážky.
- e/ Vymalování provozovny.
- f/ Přestěhování prodejních vitrín a odpočinkové zóny blíže k přepážkám, aby byl prostor pro návštěvníky více přehledný.
- g/ Pořízení nových velkoformátových plakátů s nejdůležitějšími turistickými cíli a akcemi na panely mezi okny.
- h/ Úprava pultu u internetu pro veřejnost.
- g/ Pořízení zeleně ke vchodu do infocentra.
- h/ Instalování difuzéru s vůní perníku, který umocní dojem z návštěvy „města perníku“.
- Ch/ Zakoupení nutných doplňků pro zlepšení služeb, propagace a prodejnosti suvenýrů (prodejní magnetická tabule, plastové stojánky, veletržní stánek, vánoční stromek apod.)

5. Úprava složení suvenýrů a nastavení nové obchodní taktiky

Nabídka a složení suvenýrů byla pro prezentaci krajského města nedostačující. Bylo zapotřebí posoudit prodejnost jednotlivých položek v minulých letech, zamyslet se nad celkovou koncepcí a přizpůsobit tomu prodejní strategii.

Prodejní vitríny jsme přesunuli k přepážkám a zakoupili jsme vybavení, aby bylo zboží lépe prezentováno (stojánky na perníky, cenovky apod.). Zároveň jsme u vchodu do infocentra vytvořili výlohu se suvenýry a pravidelně na naši nabídku upozorňujeme na sociálních sítích. Nově jsme také pořídili papírové nákupní tašky s logem města, které dáváme ke každému nákupu.

Při výběru upomínkových předmětů a suvenýrů preferujeme výrobky z Pardubic, potažmo Pardubického kraje a místní autorskou tvorbu. Spolupráci jsme navázali např. se spolkem Podnikavé ženy Pardubického kraje. Velký důraz klademe na prodej pardubického perníku, kdy v infocentru prodáváme perník od většiny místních výrobců. Perníčky vybíráme s důrazem na motivy města nebo roční období. Návštěvníci města tak již nemusejí obcházet jednotlivé prodejny a mohou si vybrat u nás na jednom místě. Velkou výhodou je také fakt, že se nacházíme přímo v centru města a jsme otevřeni během víkendu.

Přestože rok 2020 nebyl pro rozvoj maloobchodu příznivý, můžeme konstatovat, že změna přístupu se vyplatila. V letních měsících, kdy bylo výrazné rozvolnění, **stoupla v červenci prodejnost suvenýrů o 20,5 % a v srpnu dokonce o 32 %. Meziročně útrata na osobu stoupla o 31,5 %.**

Pokud se zaměříme čistě na prodej pardubického perníku, na který jako „město perníku“ klademe důraz, tak můžeme konstatovat, že se nám podařilo výrazně **zvýšit jeho prodej. Nákup u místních výrobců se zvedl o 49,5 % v porovnání s rokem 2019.**

Prodejnost suvenýrů <i>srovnání 2019 a 2020</i>			
	2019	2020	% meziroční nárůst
Leden	26 510	24 747	
Únor	28 737	31 552	9
Březen	44 040	10 996	
Duben	41 700	361	
Květen	55 518	14 580	
Červen	51 498	32 492	
Červenec	81 568	102 685	20,5
Srpen	90 637	132 487	32
Září	61 005	62 555	2,5
Říjen	74 578	24 422	
Listopad	38 734	0	
Prosinec	48 253	41 701	
Celkem	642 778	478 578	
% pokles		25,5	

Průměrná útrata na zákazníka				
Rok	Celkový počet návštěvníků	Celkové tržby suvenýry	Útrata na osobu	% meziroční nárůst
2019	111 657	642 778	5,76 Kč	
2020	57 049	478 578	8,38 Kč	31,5

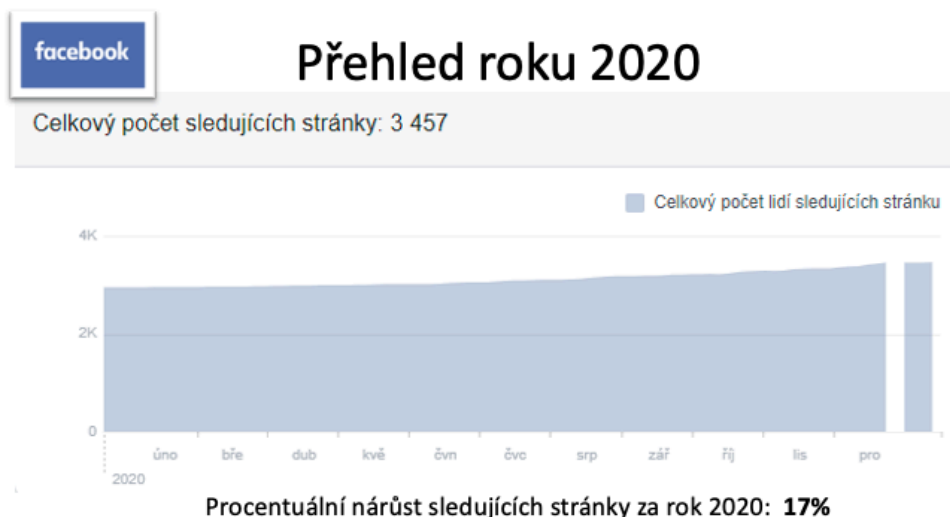
Nákup pardubického perníku			
	2019	2020	% meziroční nárůst
Nákupní cena perníku	59 948	120 790	49,5



6. Profesionalizace propagace, správy sociálních sítí a příprava nových internetových stránek

Změna přístupu k propagaci je jeden z hlavních problematických okruhů, který vyplynul z přípravy strategického plánu organizace. Infocentrum má výrazně zastaralé internetové stránky, které nejsou uživatelsky vstřícné. Proto s povděkem přijalo možnost nového nastavení funkcionalit a grafiky při budování nových internetových stránek statutárního města Pardubice. Z toho důvodu pracovníci zpracovali srovnání nabídky a obvyklé struktury internetových stránek turistických infocenter v zahraničí a u nás, abychom byli schopni navrhnout odpovídající strukturu, která se v současnosti nejčastěji používá. To vše v souladu s výstupy z analytiky současných internetových stránek. Ve spojitosti s touto agendou také muselo dojít k aktualizaci údajů na doménách všech provozovaných webů, kde byl po celou dobu existence infocentra stále veden název a sídlo organizace ještě z dob, kdy sídlila na třídě Míru.

Zároveň bylo nutné se zaměřit na správu sociálních sítí, kde byly příspěvky na Facebooku nesourodé a s velkou chybovostí. Nebyl zřízen business účet. Organizace také neměla jakoukoliv fotografickou databázi. Abychom docílili potřebné profesionalizace, nechali jsme na správu sociálních sítí proškolit zaměstnance a na DPP jsme zaměstnali člověka, který se nám o správu sociálních sítí stará. Ve spolupráci s ním jsme vytvořili koncepci správy sociálních sítí naší organizace. Pro efektivní vedení jsme zřídili business účet na Facebooku, klademe důraz na koncepčnost příspěvků, profesionální a kvalitní fotografie, které nám částečně poskytuje tiskové oddělení MmP. Dále jsme založili i účet na Instagramu. Jelikož svůj účet má jak město, tak i turistická oblast Pardubicko, rozhodli jsme se tzv. zaplnit díru na trhu a vedeme tento účet v anglickém jazyce, s cílem oslovit zcela jinou cílovou skupinu. I tento přístup se nám podle všeho vyplatil. Dle statistických dat v roce 2020 **vzrostla sledovanost facebooku i počet To se mi líbí shodně o 17 %**.





Přehled roku 2020

Celkový počet To se mi líbí stránky: 3 377

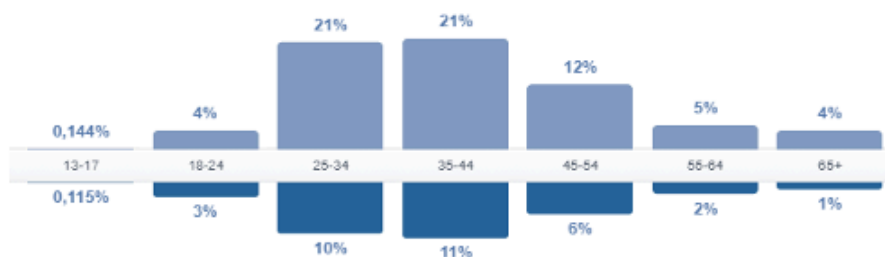


Procentuální nárůst To se mi líbí stránky za rok 2020: 17 %

Specifikace sledujících

Ženy
66%
Vaši sledující

Muži
33%
Vaši sledující



Země	Vaši sledující	Město	Vaši sledující	Jazyk	Vaši sledující
Česká republika	3 335	Pardubice	1 979	čeština	3 178
Slovensko	26	Praha	169	angličtina (USA)	83
Spojené království	13	Hradec Králové	119	slovenština	62

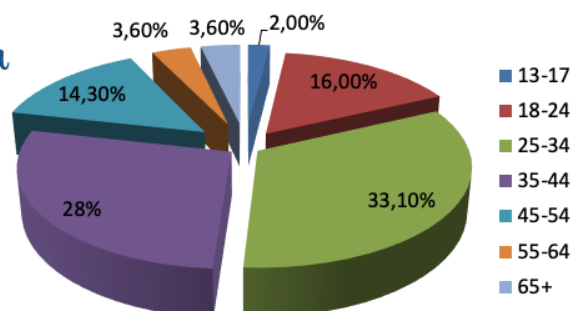
Největší dosah příspěvku na Facebooku byl 57 200 shlédnutí. Průměrný dosah příspěvku je 795 shlédnutí. Zde je důležité si uvědomit, že se jedná o zásah neplacených příspěvků.

Instagramový profil Turistického informačního centra Pardubice byl založen v polovině srpna 2020.

Do konce roku získal téměř 400 sledujících a průměrný počet unikátních zobrazení příspěvku je 375. Z 84 % ho sledují lidé z České republiky. Přičemž se nám zde daří oslovovat mladší věkové skupiny 25 – 34 let (33 % sledující) a věkovou skupinu 18 – 24 let (16 % sledujících), která nám například na Facebooku zcela uniká.



Sledující dle věku





V souladu se snahou o efektivní propagaci se snažíme zlepšit vztahy s místními médii, k jejichž útlumu v minulých letech došlo. Skrze tiskové zprávy (i ve spolupráci s tiskovým úsekem MmP) se snažíme upozornit na naše aktivity. Odezva na ně je příznivá.

V roce 2020 výrazně vzrostla spolupráce s Východočeskou televizí V1, kdy jsme s nimi natočili celkem 4 reportáže (např. o stezce Viléma z Pernštejna, Adventu s vůní perníku apod.). Stejně tak je výborná spolupráce s Českým rozhlasem Pardubice, který pravidelně informuje o našich aktivitách a přispíváme i do Radničního zpravodaje. Několikrát v tomto roce jsme také měli možnost být nápomocni s koordinací reportáže do Toulavé kamery, Snídaně s Novou apod.

Během roku jsme také měli možnost provést městem press trip novinářů z Polska a zástupce českých filmových kancelářů, kteří zde byli na obhlídce filmových lokací.

Dalším krokem k pozitivní propagaci města je naše účast na stěžejních akcích konaných ve městě a postupné budování kontaktů s jejich organizátory. V roce 2020 jsme měli pravidelně svůj stánek na dostihových kvalifikacích i na samotné Velké pardubické steeplechase. Obnovili jsme spolupráci s Retroměstečkem, kde jsme měli svůj stánek. Byli jsme jedním z bodů, kde se za splnění aktivity získávalo razítko do hrací karty. Propagovali jsme zde stezku Pardubicemi po stopách Silver A a také jsme díky dohodě s hotelem Trim přispěli výhrou do slosování.

7. Poskytované služby

Naším cílem je co nejvíce zákazníkům zpříjemnit návštěvu infocentra. Snažíme se nejen o co nejlepší poskytnutí požadovaných informací, ale také o dodání tzv. přidané hodnoty, aby byl zákazník spokojen. Snažíme se vnímat potřeby rezidentů i turistů.

Z toho důvodu došlo k menším úpravám ve veřejném prostoru, aby se zde návštěvníci cítili příjemněji a méně dezorientováni v prostoru provozovny (viz bod. 4 a 5).

Zavedli jsme pravidelné komentované prohlídky města s průvodcem. Oslovili jsme školy, školky a příměstské tábory s nabídkou komentovaných prohlídek přizpůsobených dětem. Umožnili jsme návštěvníkům si u nás nejen zakoupit pohlednici, ale také ji odeslat. Adventní období jsme využili k tomu, že jsme ve vánočním duchu vyzdobili a nasvětili provozovnu i výlohy a nabídli zákazníkům speciální vánoční kolekci suvenýrů (ke spojení s adventními trhy a k workshopům pro děti bohužel nedošlo).

Průvodcovské a kopírovací služby jsme přecenili, aby byly v souladu se současným standardem. Domluvili jsme slevu 50 % na pronájem velkokapacitní kopírky. Vyjednali jsme nižší provize u poskytovatelů benefičních poukázek Unišek a Sodexo. Začali jsme se také věnovat možnosti online prodeje vstupenek a spuštění e-shopu na prodej suvenýrů.

8. Příprava strategie CR

V roce 2020 se začalo pracovat na aktualizaci Koncepce CR. Oddělení kultury a cestovního ruchu ve spolupráci s Turistickou oblastí Pardubicko, Úsekem vnějších vztahů MmP a Turistickým informačním centrem Pardubice vytvořilo pracovní skupinu, která pracuje na nové Strategii cestovního ruchu pro nadcházející období.

ZELENÁ BRÁNA

Na Zelené bráně došlo během roku 2020 několika událostem, které upozornily na stav budovy a její zabezpečení. Na počátku léta 2020 musela být opravena střecha předbraní, jelikož zde docházelo k zatékání vody, ta zatékala i skrz okna. V červenci se uvolnilo oplechování římsy na předbraní. Na počátku července 2020 byla zničena expozice o Ješkovi (polámané nohy Ješka, zlomená noha koně, zničená zbroj atd.) a muselo dojít k opravě expozice. Dne 25. července došlo k odcizení tržby ve výši téměř 9 tis. Kč. K prošetření události musela být oslovena Policie ČR. V září musela v předbraní proběhnout desinsekce kolonií pisivek.

V expozicích nacházíme pravidelně nedopalky cigaret!!! Návštěvníci vyhazují odpadky přímo do expozic, úmyslně je vtlačují do otvorů ve zdivu apod. (odpadkový koš několikrát odcizen). Někteří z nich v prostorách věže vykonávají tělesnou potřebu. Z toho důvodu jsme během roku odevzdali požadavek na pořízení kamerového systému do objektu Zelené brány vč. předbraní s napojením na Městskou policii Pardubice do plánu investic statutárního města Pardubice na rok 2021.

Provoz Zelené brány se během roku musel přizpůsobit vládním nařízením v souvislosti s vývojem pandemie koronaviru. Z toho důvodu se s běžným turistickým rokem dají srovnat pouze letní měsíce. I přes výrazná omezení provozu však na bráně proběhlo několik zajímavých počinů. Vše probíhalo v souladu s řešením tzv. problematických okruhů, které vyplynuly ze strategického plánu, který si na začátku roku organizace zpracovala.

Jako jeden ze stěžejních okruhů totiž vnímáme rozšiřování nabídky pro návštěvníky, aby měli důvod se na Zelenou bránu opakovaně vracet. Než bude možné vytvořit nové expozice, budeme směřovat naši činnost na rozšiřování doplňkových aktivit - zejména se zacílením na rodiny s dětmi – a pořádání kulturních akcí, které mají potenciál přilákat větší množství návštěvníků a zaujmout i ty, kteří už na Zelené bráně byli.

Nejvýraznější novinkou bylo zavedení tzv. **Západů slunce na Zelené bráně**, kdy jsme o červencových a srpnových sobotách rozšířili otevírací dobu až do 22. hodiny večerní. Tato akce měla u veřejnosti velký úspěch a výrazně napomohla k tomu, že **v letních měsících stoupla návštěvnost brány v červenci o celých 38 % a v srpnu o 26 % . Celkem v roce 2020 navštívilo Zelenou bránu 7 551 osob.**

V adventním období jsme pak zavedli další novinku s názvem **Vánoční Zelenobranská podívaná**, kdy jsme bránu nejen ve vánočním duchu vyzdobili, ale připravili aktivitu pro děti v podobě tvorby vánočních přání v předbraní. K rozvolnění opatření došlo až v druhém adventním týdnu, a i poté byl vládou výrazně omezen možný počet návštěvníků v historických památkách. Proto jsme tuto aktivitu nepropagovali a ve statistice celkové návštěvnosti se tudíž neodrazila. Nicméně dle reakcí návštěvníků a počtu vytvořených vánočních přáníček měla u veřejnosti úspěch.

Již tradičně na Zelené bráně také probíhaly **komentované prohlídky**, které jsou cílené zejména na seniory, školy/školky a příměstské tábory. Kromě dětských skupin a zájezdů seniorů si v minulém roce prohlédli prostory brány hosté Francouzské aliance Pardubice, skupina českých filmařů ve spolupráci s East Bohemia Film Office, skupina polských novinářů ve spolupráci s Destinační společností Východní Čechy a např. i účastníci Mediálního kempu v Pardubicích.



Návštěvnost Zelené brány v roce 2020

ZB 2020	Dospělí	Děti	ZTP	Studenti	Senioři	Rodina 2+3	Skupina	Celkem prodaných vstupenek	Celkem návštěvníci (Rodinné 4 os.)	Změna vůči 2019
Duben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-100%
Květen	83	11	5	14	11	9	0	133	160	-86%
Červen	396	86	2	130	62	29	0	705	792	-46%
Červenec	1 284	256	15	388	123	128	60	2 254	2 638	38%
Srpen	1 149	196	8	314	99	154	57	1 977	2 439	26%
Září	345	31	2	107	52	29	0	566	653	-26%
Říjen	111	7	1	25	10	6	17	177	195	-78%
Listopad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-100%
Prosinec	235	41	17	89	14	63	26	485	674	-59%
Celkem	3 603	628	50	1 067	371	418	160	6 297	7 551	-32%

Proběhlé výstavní projekty v předbraní Zelené brány

- VÝSTAVA PRACÍ STUDENTŮ GRAFICKÉHO DESIGNU (kolektiv žáků a absolventů pod vedením vyučujících, červen 2020)
- ZVÍŘATA KOLEM NÁS (autor: Lukáš Zeman, červenec–srpen 2020)
- vernisáž výstavy „Zvířata kolem nás“ s komentářem fotografií, doprovodným programem a občerstvením
- VNITŘNĚ VIRTUÁLNÍ KRAJINY (autoři: Tereza Balcarová a Patrik Rutkovský, září–prosinec 2020)

Další navazující rozšiřování služeb a aktivit pro návštěvníky:

- nová Kronika města Pardubice – pořízení nové knihy Zelené brány (zakázková výroba, vyhotoveno v profesionálním knihařství)
- aktivní zapojení do projektu a skupiny Kamínky (aktuální trend v ČR, hledání malovaných kamínků) – vytvořili jsme vlastní kolekci kamínků s motivem Zelené brány a města Pardubice,
- spolupráce s Komorní filharmonií Pardubice – Filharmonie OPEN – koncert z ochozu Zelené brány,
- oprava razítka se Zelenou bránou + vznik nového unikátního razítka „Kašpárek Zelená brána“ pro otisk do turistických deníčků,
- zapojení do hry „Perníčkoví“,
- Zelená brána se stala členem Světové federace asociací turistických průvodců – WFTGA.

Přehled nových suvenýrů

Stejně jako v infocentru, tak i na Zelené bráně se snažíme klást důraz na to, aby nabízené předměty byly lokální (spolupráce s Venda.WORK, LaGaba), nebo alespoň s autorskou grafikou některého z místních výtvarníků (Hana Krauseová, Michaela Smetáková). Všechny zde nabízené suvenýry jsou primárně s motivem Zelené brány. Nabídku jsme rozšířili v roce 2020 o:



- pardubický perník
- látkové tašky
- kreativní puzzle včetně pastelek k vybarvení
- skleněné štamprle
- keramické štamprle + sety (duo)
- dřevěné pokladničky
- dobové tužky s kůrou a nápisem, větvíčkové propisky s vypáleným nápisem
- přívěšek „perníkové srdce“

Provozní aktivity:

V posledních letech v prostorách brány nedošlo k žádnému hloubkovému úklidu. Probíhala pouze nejnnutnější údržba expozic tak, aby byly provozu schopné. V roce 2020 jsme proto přistoupili k:

- výmalbě předbraní,
- stálé expozice ve věži – úklid, úprava, doplnění o nové doplňky, čištění kostýmů (ve spolupráci s pardubickými výtvarnicemi – Andreou Sokolovou, Hankou Iličovou),
- hloubkový úklid věže (odstranění nánosu prachu, holubích exkrementů atd.),
- zvýšení komfortu pro příchozí návštěvníky v předbraní (nákup dřevěných stoliček a polstrovaných lavic), pořízení dobového stolku – tiskařský kout pro návštěvníky – možnost natisknout si razítka s motivem ZB

Propagace a média

S prací na přípravě strategického plánu organizace jsme vyhodnotili, že je třeba více zapracovat na propagaci objektu a zelenobranských aktivit. Z toho důvodu jsme v dubnu roku 2020 založili na Facebooku stránku Zelená brána Pardubice, která do konce roku získala téměř 300 sledujících, jejichž počet nadále roste. Dohled nad správou stránek vykonává odborník na marketing, veškerý materiál si vytváříme sami.

Důraz v propagaci klademe na mediální zapojení místních médií (V1, Český rozhlas Pardubice, Pardubický deník, Radniční zpravodaj) a facebookových stránek zabývajících se děním v Pardubicích (např. Pardubice ŽIVĚ).

Monitoring reportáží vytvořených ve spolupráci s TIC Pce:

- **ČT4 Sport** – trenér FK Pardubice Jiří Krejčí pro Fotbal extra,
- **TV Nova** - pořad Snídaně s Novou, moderovaný Milanem Peroutkou
<https://eastbohemiafilmoffice.cz/cs/aktuality/snidane-s-novou-v-pardubicich-a-hrade-svojanov>, <https://www.youtube.com/watch?v=m6Dpv9lvqLU>
- **V1** – Stezka Viléma z Pardubic
- **ČRo Pardubice**, 18. 6. 2020 + vznik článku: <https://pardubice.rozhlas.cz/zapad-slunce-na-zelene-brane-skritci-v-mazhausu-v-pardubicich-se-v-lete-nudit-8229861>
- **ČRo Pardubice**, 9. 10. 2020 – rozhovor s autory výstavy Terezou Balcarovou a Patrikem Rutkovským
- **ČRo Pardubice**, 2. 12. 2020 – pozvánka na advent na Vánoční Zelenobranskou podívanou
- **ČRo Pardubice**, poznání Zelené brány v rámci 1. mediálního kempu ČRo Pardubice
<https://sites.google.com/view/medialnikemp/>
- **Pardubice ŽIVĚ**: <https://www.pardubicezive.eu/pardubicka-kultura-se-po-rade-omezeni-opet-probouzi/>



INFOCENTRUM

Pardubice

- **Pardubice ŽIVĚ** - výstava: <https://www.pardubicezive.eu/vystava-fotografii-lukase-zemana-zvirata-kolem-nas-v-predbrani-zelene-brany-pardubice/>
- Facebook SSCG (výstava studentů oboru Grafický design, Pardubice) - propagace výstavy přes komunikační kanály školy
- Celoroční mediální zapojení:
 - Radniční zpravodaj
 - vlastní web ZB + Facebook ZB
 - Facebook a web TIC Pardubice + systém CZeCOT a další weby, které jsou provázány
 - Facebook a web Pardubice ŽIVĚ
 - Facebook Statutární město Pardubice
 - Facebook a web Pardubický deník
 - Facebook a web ČRo Pardubice
 - tvorba TZ k výstavám – distribuce: Pardubice ŽIVĚ, Týdeník Pernštejn, Pardubický deník, Tiskový úsek MmP, ČRo Pardubice, ...

MÁZHAUS

mázhaus

Celková návštěvnost v roce 2020: **2010 osob.**

Prostory Mázhausu nadále slouží pro výstavní účely. V roce 2020 jsme zde nastavili pouze takové změny, které více **oživí nastavený program a dokáží přilákat více návštěvníků.**

Před turistickou sezónou jsme zavedli slevu na vstupném, kdy nabízíme návštěvníkům Zelené brány možnost zakoupit si **zvýhodněnou vstupenku na výstavy do Šatlavy se slevou 50 %**. Dále jsme se **zaměřili na doprovodné programy výstav a výtvarné dílny pro děti**. Například v rámci výstavy v Šatlavě „Od jara do léta“ děti hledaly schované skřítky. Po sdělení jejich počtu dostaly od pracovníka recepce za odměnu perníček. Každý malý návštěvník měl možnost svého skřítky také nakreslit a v Mázhausu vystavit, takže se vlastně každý stal umělcem.

Naším záměrem je také **více využívat venkovní atrium**. V letošním roce se tam odehrála venkovní výtvarná dílnička pro DDM BETA. Ku příležitosti vernisáže výstavy Cval staletími zde hrála živá hudba spojená s občerstvením.

Dále jsme na recepci Mázhausu zavedli prodej drobných suvenýrů a některé výstavy přesunuli zároveň do online prostoru – např. výstavu „Czech Nature Photo“. Postupně jsme na Facebooku zveřejňovali jednotlivé fotografie s komentáři a zajímavostmi o autorech.

Celkový počet výstav: 6

- Výstava „99 Odstínů...“ (pokračování z prosince 2019 – vlastní činnost)
- Czech Nature Photo 2019 (vystaveno 2020) (vlastní činnost ve spolupráci s Czech Photo)
- KONĚ (vlastní činnost)
- V LETU (vlastní činnost)
- CVAL STALETÍMI: Legenda jménem Velká pardubická (výstavní projekt Magistrátu města Pardubic a celé řady partnerů)
- Od jara do léta (vlastní činnost)



Uskutečněné doprovodné akce k výstavám

- vernisáž výstavy Czech Nature Photo 2019
- 1. fotografická beseda – s Jiřím Hřebíčkem
- online seriál „Czech Nature Photo 2019 na facebooku střediska
- komentované prohlídky výstav „Od jara do léta“ a „Cval staletími...“
- vernisáž výstavy „Cval staletími...“ (proběhla kompletně v režii MmP)
- Dny evropského dědictví – Mázhaus zapojen na úrovni partnera
- tvorba programu a provázení pro 1. ročník Mediálního kempu v Pardubicích (spolupráce s redaktorkou Petrou Beránkovou) a pro skupinu dětí z příměstského tábora Šikulové v akci (DDM BETA)
- Mázhaus se stal členem Světové federace asociací turistických průvodců - WFTGA

Média

- **ČRo Pardubice**, únor 2020 – rozhovor s Miladou Velehradskou – Co nabídne Mázhaus v roce 2020
- **ČRo Pardubice**, únor 2020 - rozhovor s Miladou Velehradskou ČRo Pardubice –Výstava Czech Nature Photo
- **Pardubický deník**, titulní strana z 5. února 2020 – fotografie z vernisáže + pozvání na Czech Nature Photo „Krásy přírody“
- **ČRo Pardubice**, únor 2020 – rozhovor s vystavujícím Jiřím Hřebíčkem
- **ČRo Pardubice**, 4. 2. 2020 – reportáž z vernisáže výstavy Czech Nature Photo 2019
- **ČRo Pardubice**, 13. 2. 2020 - Radioporadna s Jitkou Slezákovou – rozhovor s Michaelou Vápeníkovou + vznik článku: <https://pardubice.rozhlas.cz/nejedete-o-prazdninach-na-hory-vydejte-se-s-detmi-v-pardubicich-na-zvireci-okruh-8148090>
- **ČRo Pardubice**, 18. 6. 2020 - rozhovor Michaely Vápeníkové s Jitkou Slezákovou z ČRo Pardubice + vznik článku: <https://pardubice.rozhlas.cz/zapad-slunce-na-zelene-brane-skritci-v-mazhausu-v-pardubicich-se-v-lete-nudit-8229861>
- **Česká televize** – reportáž o výstavě Cval staletími
https://www.ceskatelevize.cz/porady/13321394545-130-velka-pardubicka-se-slavia-pojistovnou-220471291200402-pred-velkou-pardubickou-2020/?fbclid=IwAR0NwcUiugq_htgFiWkMngSU2zy9Z2jlnZXfRQWkvSKJOxIHwnzjYBU-n-l
- Mediální články k výstavám/besedám:
 - <https://www.pardubicezive.eu/czech-nature-photo-2019-v-pardubickem-mazhausu/>
 - <https://www.pardubicezive.eu/ptaci-duse-autorska-beseda-s-fotografem-jirim-hrebickem/>
 - <https://www.pardubicezive.eu/pardubicka-kultura-se-po-rade-omezeni-opet-probouzi/>
 - <https://pardubicky.denik.cz/tipy-na-vikend/tip-na-vikend-od-jara-do-leta-20200515.html>
- Celoroční mediální zapojení:
 - vlastní web Mázhausu + Facebook Mázhausu
 - Facebook a web TIC Pardubice + systém CZeCOT a další weby, které jsou provázány s webem TIC
 - Facebook a web Pardubice ŽIVĚ
 - Facebook Statutární město Pardubice



INFOCENTRUM

Pardubice

- Facebook a web Pardubický deník
- Facebook a web ČRo Pardubice
- Facebook TO Pardubicko
- tvorba TZ k výstavám – distribuce: Pardubice ŽIVĚ, Týdeník Pernštejn, Pardubický deník, Tiskový úsek MmP, ČRo Pardubice, ...

EUROPE DIRECT

Informační středisko Evropské unie Europe Direct Pardubice je součástí celoevropské sítě zřízené Evropskou komisí s cílem usnadnit přístup občanů k informacím o EU. Střediska poskytují ucelený bezplatný informační servis široké veřejnosti i specifickým cílovým skupinám a organizují akce s tematikou EU.

Za celý rok 2020 ED Pardubice uspořádalo **celkem 21 akcí s celkovou návštěvností 7 527 lidí, spolupodílelo se na 5 akcích s návštěvností 2 040 lidí**. Zodpovědělo cca 70 dotazů z oblasti EU (nejčastěji praktické informace pro spotřebitele, dohledání právních podkladů, vysvětlení postupu institucí EU a odkazy na relevantní zdroje informací). Každý měsíc rozesílalo středisko informační zpravodaj s nabídkou vlastních akcí a s informacemi z EU cca 620 zájemcům. ED Pce je aktivní rovněž na FCB, kde má cca 350 fanoušků.

Činnost a aktivity Europe Direct Pardubice byly po celý rok výrazně ovlivněny nouzovým stavem a opatřeními přijatými v souvislosti s COVID-19. **Většina aktivit se uskutečnila v online formátu**, nicméně středisko **využilo letní období k účasti na velkých akcích jako byl Sportovní park Pardubice, Evropský den koní na Dostihovém závodisti v Pardubicích a Hravé odpoledne na farmě Apolenka**. Tyto akce zároveň patří k těm s nejvyšší návštěvností a celkově i nejúspěšnějším akcím ED v r. 2020. Přehled akcí a jejich návštěvnost viz tabulka na s. 17.

Realizováno bylo 5 interaktivních programů pro školy zaměřených na evropskou integraci a základy EU. Celkem tři základní školy (ZŠ Pardubice–Polabiny, Prodloužená 283, ZŠ a MŠ Srch a ZŠ a MŠ při nemocnici v Ústí nad Orlicí) se zapojily do celoevropského projektu Evropská vánoční výměna dekorací, ED Pardubice zajišťovalo regionální koordinaci projektu. Středním školám byla určena soutěž „Rozhoduj o Evropě“, kdy studenti formou simulace jednání institucí EU poznávají chod EU v praxi. Spolupráce se školami probíhala rovněž v online prostředí, viz např. Evropský den jazyků či produkce vlastních Vánočních listů pro ZŠ, jež zábavnou formou představovaly vánoční zvyklosti v Evropě.

Široká veřejnost se mohla zapojit do několika soutěží, které ED Pardubice uspořádalo, viz znalostní soutěž EUROTIME, fotosoutěž Zelená Evropa či vědomostní kvíz představující Chorvatsko a Německo, předsednické země Rady EU r. 2020.

Jak bylo uvedeno výše, v online prostředí proběhla většina akcí ED - např. oslava Dne Země, výstava nejlepších snímků zaslaných do soutěže Zelená Evropa, poznávací zájezd po členských státech EU a následně po městech/sídlech české sítě ED, na nichž spolupracovala všechna střediska ED v České republice. Spoluorganizátorsky se středisko podílelo na online Noci vědců na Univerzitě Pardubice a Hvězdárně barona Artura Krause, DDM ALFA a festivalu Bonjour Pardubice.

Středisko bylo aktivním partnerem on-line besed v rámci programů Café Evropa pořádaným Zastoupením Evropské komise v Praze a projekcí evropských filmů projektu Kino Evropský dům.



Se souhlasem zřizovatele, hostitelská organizace ED Pardubice zpracovala žádost o provozování střediska EU v období 2021-2025, výsledek bude znám v průběhu března 2021.

Organizace akcí 2020

Datum	Název akce	Počet účastníků
7.1.	Evropská integrace a výročí 1989 - SŠ Labská	50
6.2.	Základy EU - ZŠ Heřmanův Městec	12
20. 2.	Základy EU - ZŠ Chrudim	12
3. 3.	Základy EU - ZŠ Heřmanův Městec	37
15. 4. - 13. 5.	Eurotime 2020	700
20. - 26. 4.	Den Země - on-line výzva	280
25. 3.	Regionální setkání učitelů e-Twinning - ODKLAD COVID-19, ZRUŠENO	
2. 4.	Chorvatsko - ODKLAD COVID-19	
28. 4.	Jak učit o EU - ODKLAD COVID-19, ZRUŠENO	
15. - 20.5.	Multikulturní týden - ODKLAD COVID-19, ZRUŠENO	
1. - 31. 5.	Den Evropy - výtvarná soutěž "Má vysněná země"	25
8. 5. - 13. 7.	On-line zájezd po Evropě	1502
1.6 -13.9.	Zelená Evropa - letní fotosoutěž	45
9. 6.	Na kole a autostopem SZ Afrikou	38
16. 7. - 20. 8.	On-line zájezd po městech ED ČR	1546
5. 9.	Evropský den koní - koně v akci	1 700
18. - 25. 9.	Cesta kolem světa	91
21. - 30. 9.	Evropský den jazyků (on-line)	200
1. 9. - 31. 12.	Evropská vánoční výměna dekorací	120
8. 10.	Základy EU - ZŠ Býšť	73
	ITI v Pardubicích - ODKLAD COVID-19	
9. 11. - 21. 1.	Virtuální výstava "Zelená Evropa"	900
13. - 30. 11.	Jak dobře znáte předsednické země EU 2020	20
16. - 20. 11.	On-line infokampaň "Evropská občanská iniciativa"	48
1.12. - 29.1.	Moje myšlenky pro Evropu - výtvarná soutěž	2
7. - 31. 12.	Vánoční listy	126
Celkem		7527

SLOVNÍ KOMENTÁŘ K ROČNÍ ÚČETNÍ ZÁVĚRCE TIC K 31. 12. 2020

Hospodaření skončilo s kladným hospodářským výsledkem. Výsledek hospodaření z hlavní činnosti činí záporných -25 597,35 Kč, výsledek hospodaření z doplňkové činnosti činí 211 545,69 Kč, celkový výsledek hospodaření tedy činí 185 948,34 Kč.

Po schválení zřizovatelem navrhuje TIC převedení HV do fondu odměn a rezervního fondu zlepšeného hospodářského výsledku:

Fond odměn: 93 660 Kč (50,37 %)

Rezervní fond: 92 288,34 Kč (49,63 %)

Výnosy z hlavní činnosti (včetně transferů): 9,314.925,12 Kč

Náklady z hlavní činnosti: 9,340.522,47 Kč

Výnosy z doplňkové činnosti: 693.710,82 Kč

Náklady z doplňkové činnosti: 482.165,13 Kč

Největší položkou jsou mzdové náklady a zákonné sociální pojištění, dále pak nájemné a jiné ostatní služby (zejména SW a IT).

Samostatné movité věci nebyly pořizovány, nedošlo tedy ani k čerpání investičního fondu. Byl pořizován pouze drobný dlouhodobý hmotný majetek. Jednalo se o ochranná plexiskla na přepážky, skříňku do veřejného prostoru a kancelářské židle pro pracovníky Europe Direct.

Výnosy z hlavní činnosti v roce 2020 tvoří zejména tržby z prodeje provize z prodeje vstupenek a vstupné, avšak byly oproti předchozím účetním obdobím minimální z důvodu pandemie Covid-19.

Mezi výnosy z doplňkové činnosti patří nejvíce prodej suvenýrů. **Vzhledem k poměrně vysokému počtu skladových zásob (suvenýry) je hospodářský výsledek kladný.**

Použití fondů a rozpis zůstatků fondů

1. 411 Fond odměn

Tvorba celkem: 200,000,00 Kč

Čerpání: 121.758,00 Kč

Zůstatek: 78.242,00 Kč

2. 412 Fond kulturních a sociálních potřeb

Tvorba celkem: 65,370,00 Kč

Čerpání na stravování a benefity 58.220,00 Kč

Zůstatek: 16.417,00 Kč



3. 413 Rezervní fond tvořený ze zlepšeného výsledku hospodaření

Tvorba celkem:	221.663,61 Kč
Čerpání:	0,00 Kč
Zůstatek:	386.663,61 Kč

4. 416 Fond reprodukce majetku, fond investic

Tvorba celkem:	8.508,00 Kč
Čerpání:	0,00 Kč
Zůstatek:	64.021,00 Kč

Počet pracovníků na HPP zůstal nezměněn. Počet úvazků je stále 8 osob.

Došlo pouze ke snížení pracovníků na DPP, vzhledem k aktuální situaci a zmenšené potřebě brigádníků.

V Pardubicích, dne 17.2.2020

Miloslava Christová, ředitelka organizace

Přílohy:

- 2x rozpis příspěvků a dotací za rok 2020
- 2x výkaz zisků a ztrát p. o. za 2020
- 2x rozvaha p. o. za 2020
- 2x příloha č. 5 k vyhlášce č. 410/2009 Sb.